

ТРЖИШТЕ УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА



5. ТРЖИШТЕ УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА

- ТРЖИШТЕ ПРЕДСТАВЉА СКУП ОДНОСА ПОНУДЕ И ТРАЖЊЕ, ТЈ. ОБЛИК ПУТЕМ КОГА СЕ ПОСРЕДСТВОМ НОВЦА ВРШИ РАЗМЕНА МАТЕРИЈАЛНИХ ДОБАРА И УСЛУГА.
- ТРЖИШТЕ УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА КАО И СВАКО РОБНО ТРЖИШТЕ ПРЕДСТАВЉА СКУП ОДНОСА ПОНУДЕ И ТРАЖЊЕ.

- ▣ **КОРИСНИЦИ УСЛУГА КОЈИ РАСПОЛАЖУ НОВЧАНИМ СРЕДСТВИМА МОРАЈУ ДА СЕ ОБРАТЕ ДАВАОЦУ УСЛУГА (УГОСТИТЕЉСКОМ ОБЈЕКТУ), ОДНОСНО ДОЋУ И КОРИСТЕ ОДРЕЂЕНЕ УСЛУГЕ У ЦИЉУ ЗАДОВОЉЕЊА СВОЈИХ ПОТРЕБА.**
- ▣ **ТРЖИШТЕ УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА, АКО СЕ ПОСМАТРА ТЕРИТОРИЈА НА КОЈОЈ СЕ НУДЕ И ПРОДАЈУ УСЛУГЕ, МОЖЕ БИТИ УЖЕ И ШИРЕ.**

- ▣ УЖЕ ТРЖИШТЕ СЕ ОГРАНИЧАВА НА МЕСТО, РЕОН, ГРАД И СЛ., И ТАКВО ТРЖИШТЕ СЕ НАЗИВА ЛОКАЛНО.
- ▣ НАЦИОНАЛНО ИЛИ ДОМАЋЕ ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ СЕ ПОКЛАПА СА ТЕРИТОРИЈИМ ЈЕДНЕ ЗЕМЉЕ. ОНО СЕ РАЗЛИКУЈЕ ОД ЛОКАЛНОГ ПО ТОМЕ ШТО ПУТНИЦИМА – ТУРИСТИМА ПРУЖА И ВРСТЕ УСЛУГА КОЈЕ СЕ НЕ НУДЕ ЛОКАЛНОМ СТАНОВНИШТВУ, НПР. УСЛУГЕ СМЕШТАЈА.
- ▣ МЕЂУНАРОДНО ТУРИСТИЧКО ТРЖИШТЕ МОЖЕ БИТИ КОНТИНЕНТАЛНО И ИНТЕРКОНТИНЕНТАЛНО, ЗАВИСНО ДА ЛИ СЕ ПРОМЕТ УГОСТИТЕЉСКО-ТУРИСТИЧКИХ УСЛУГА ОБАВЉА У ОКВИРУ ЈЕДНОГ ИЛИ ВИШЕ КОНТИНЕНАТА.

5.1. ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА

- ▣ ЗА ПОСТАВЉАЊЕ САВРЕМЕНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ПРОДАЈЕ УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА ОД СТРАНЕ УГОСТИТЕЉСКИХ ОБЈЕКТА, ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА ПРЕДСТАВЉА ЈЕДНУ ОД ОСНОВНИХ ПРЕТПОСТАВКИ.
- ▣ ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА, НАРОЧИТО ТУРИСТИЧКОГ, ВРШИ СЕ НЕ САМО ЗА ПОТРЕБА ПОСЛОВНЕ ПОЛИТИКЕ УГОСТИТЕЉСКИХ ОБЈЕКТА, ВЕЋ И ЗА ПОТРЕБЕ ОПШТЕ ПОЛИТИКЕ У ОВОЈ ПРИВРЕДНОЈ ДЕЛАТНОСТИ.
- ▣ УГОСТИТЕЉСТВО ИМА НАЈЗНАЧАЈНИЈЕ МЕСТО У ТУРИЗМУ И ПРЕДСТАВЉА БАЗУ ТУРИЗМА, ПА СЕ ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА ВРШИ КАКО ЗА ПОТРЕБЕ УГОСТИТЕЉСТВА, ТАКО И ЗА ПОТРЕБЕ УКУПНЕ ТУРИСТИЧКЕ ПРИВРЕДЕ.

5.1.1. МЕТОДЕ ИСТРАЖИВАЊА ТРЖИШТА

САДРЖАЈ ИСТРАЖИВАЊА ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА ЗА ПОТРЕБЕ ПОСЛОВНЕ ПОЛИТИКЕ УГОСТИТЕЉСТВА И ОПШТЕ ТУРИСТИЧКЕ ПОЛИТИКЕ САДРЖИ СЛЕДЕЋЕ ГРУПЕ:

- ▣ ИСТРАЖИВАЊЕ САДАШЊИХ И ПОТЕНЦИЈАЛНИХ УСЛОВА НА СТРАНИ ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ ПРЕМА НОСИОЦИМА И ИЗВОРИМА ГДЕ СЕ НАЛАЗЕ (ТУРИСТИЧКЕ ПОТРЕБЕ, ТУРИСТИЧКА ТРАЖЊА И ПОТРОШЊА).
- ▣ ИСТРАЖИВАЊЕ НАЈВАЖНИЈИХ ЕЛЕМЕНАТА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ (АНАЛИЗА АДЕКВАТНОСТИ, УГОСТИТЕЉСТВА, САОБРАЋАЈА, ТРГОВИНЕ, УСЛОВА ЗА ЗАБАВУ И РАЗОНОДУ И ОСТАЛИХ ЕЛЕМЕНАТА ПОНУДЕ) СА СТАНОВИШТА ПРЕТХОДНО ДЕФИНИСАНИХ ЗАХТЕВА ТУРИСТИЧКЕ ТРАЖЊЕ.

- ▣ ИСТРАЖИВАЊЕ ОБЛИКА, ФОРМИ И ЕФЕКТА КАНАЛА ПРОДАЈЕ ТУРИСТИЧКИХ УСЛУГА (УСЛУГЕ СМЕШТАЈА И ИСХРАНЕ ПОСЕБНО).
- ▣ ИСТРАЖИВАЊЕ ЦЕНА ТУРИСТИЧКИХ УСЛУГА (У ОДНОСУ НА ЕКОНОМСКЕ МОГУЋНОСТИ САДАШЊИХ И БУДУЋИХ ТУРИСТА И ПОНАШАЊЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ У ЗЕМЉИ И ИНОСТРАНСТВУ) И ЦЕНА РЕПРОДУКЦИОНОГ МАТЕРИЈАЛА.
- ▣ СВИ ИЗЛОЖЕНИ САДРЖАЈИ МОГУ СЕ ПРИМЕНИТИ И КОД ИСТРАЖИВАЊА ЛОКАЛНОГ ТРЖИШТА УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА УЗ ОГРАНИЧЕЊЕ НА ОДРЕЂЕНУ ТЕРИТОРИЈУ – ПРОСТОР, ОДНОСНО КАТЕГОРИЈУ КОРИСНИКА И ПОНУДЕ УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА.
- ▣ КАДА ЈЕ РЕЧ О НИВОУ ИСТРАЖИВАЊА ТРЖИШТА , ОНДА СЕ У ЛИТЕРАТУРИ И ПРАКСИ НАЈЧЕШЋЕ ГОВОРИ О МАКРО И МИКРО НИВОУ ИСТРАЖИВАЊА.

5.2. ТРАЖЊА УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА

- ▣ ЗАДОВОЉЕЊЕ ПОТРЕБА СТАНОВНИШТВА ЈЕ ОСНОВНИ МОТИВ ДРУШТВЕНЕ ПРОИЗВОДЊЕ.
- ▣ УГОСТИТЕЉСКА ПОТРОШЊА НЕ ПРИПАДА НУЖНИМ ЕЛЕМЕНТИМА ЛИЧНЕ ПОТРОШЊЕ (БАР НЕ У ПРВОМ СТЕПЕНУ НУЖНОСТИ). МЕЂУТИМ, БУДУЋНОСТ САВРЕМЕНОГ ДРУШТВА НЕ МОЖЕ СЕ ЗАМИСЛИТИ БЕЗ УСЛУГА КОЈЕ СТАНОВНИШТВУ ПРУЖА УГОСТИТЕЉСТВО.

СТАНОВНИШТВО КОРИСТИ УГОСТ. УСЛУГЕ ИЗ ВИШЕ РАЗЛОГА:

- ▣ НЕОПХОДНОСТ ОБЕЗБЕЂЕЊА ИСХРАНЕ И ПИЋА ЗА ОНЕ КОЈИ ТО НЕМАЈУ У ПОРОДИЦИ;
- ▣ ОБЕЗБЕЂЕЊЕ УСЛУГА СМЕШТАЈА И ИСХРАНЕ, КАДА СЕ БОРАВИ ВАН МЕСТА СТАЛНОГ БОРАВКА ИЛИ НА ПУТУ;
- ▣ КОРИШЋЕЊЕ УСЛУГА У СПЕЦИЈАЛНИМ ОБЈЕКТИМА СА ОДРЕЂЕНОМ ВРСТОМ РАЗОНОДЕ, И СЛ.

- ▣ СТАНОВНИШТВО ЈЕДНОГ ПОДРУЧЈА У РАЗЛИЧИТОМ ОБИМУ КОРИСТИ УСЛУГЕ УГОСТИТЕЉСТВА, А ТО ЗАВИСИ ПРЕ СВЕГА ОД:
 - СОЦИЈАЛНО-ЕКОНОМСКИХ УСЛОВА У ПОРОДИЦИ,
 - ТИПА ПОРОДИЦЕ И БРОЈА ЗАПОСЛЕНИХ,
 - ВИСИНЕ ДОХОТКА ПО ЧЛАНУ ДОМАЋИНСТВА
- А У ВЕЛИКОЈ МЕРИ И ОД РАЗВИЈЕНОСТИ МРЕЖЕ УГОСТИТЕЉСКИХ ОБЈЕКТА.
- ▣ **НАЈИЗРАЖЕНИЈА РАЗЛИКА У ПОТРОШЊИ УГОСТИТЕЉСКИХ УСЛУГА ПОСТОЈИ ИЗМЕЂУ СЕОСКОГ И ГРАДСКОГ СТАНОВНИШТВА, КАКО ПО РАЗНОВРСНОСТИ-АСОРТИМАНУ, ТАКО И УКУПНО. (НАВИКЕ КОРИШЋЕЊА ГОДИШЊИХ ОДМОРА СЕОСКОГ СТАНОВНИШТВА)**

5.3. ТУРИСТИЧКА ПОТРОШЊА

- ▣ РАЗВОЈ УРБАНИЗАЦИЈЕ И ПОВЕЋАН ИНТЕНЗИТЕТ РАДА ИСТИЧЕ ПОТРЕБУ ЗАПОСЛЕНОГ ЧОВЕКА ЗА ОДМОРОМ И ТО ВАН МЕСТА СТАЛНОГ БОРАВКА.
- ▣ СА ПОРАСТОМ ЛИЧНЕ ПОТРОШЊЕ, РАСТЕ И БРОЈ ЛИЦА КОЈА УЧЕСТВУЈУ У ТУРИСТИЧКИМ КРЕТАЊИМА. РЕАЛАН НИВО ЛИЧНОГ ДОХОТКА, ОДНОСНО ЛИЧНЕ ПОТРОШЊЕ ЈЕ ЈЕДАН ОД НАЈЗНАЧАЈНИЈИХ ФАКТОРА У ФОРМИРАЊУ ТУРИСТИЧКЕ ПОТРОШЊЕ.
- ▣ КОЕФИЦИЈЕНТ ТУРИСТИЧКЕ ПОТРОШЊЕ НИЈЕ ПОДЈЕДНАК КОД СВИХ ВРСТА И ВИДОВА ТУРИЗМА.
- ПОСЛОВНИ ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ ЈЕ ЗАВИСАН ОД ПРИВРЕДНЕ РАЗВИЈЕНОСТИ НЕКОГ ПОДРУЧЈА ИЛИ МЕСТА. НУЖНОСТ УЧЕШЋА ДИКТИРАНА ЈЕ ПРИВРЕДНИМ РАЗЛОЗИМА И НИЈЕ ЗАВИСНА ОД КРЕТАЊА ДОХОТКА.

- КОД ЗДРАВСТВЕНОГ ТУРИЗМА СТЕПЕН
НУЖНОСТИ ТУРИСТИЧКИХ КРЕТАЊА, ЗБОГ
ПОБОЉШАЊА ЗДРАВСТВЕНОГ СТАЊА "ЛЕЧЕЊА" ЈЕ
ЗНАТНО ВЕЋИ НЕГО ОНИХ КОД КОЈИХ ЈЕ ОСНОВНИ
МОТИВ ОДМОР, РАЗОНОДА И РЕКРЕАЦИЈА.

- РЕЛИГИОЗНИ ТУРИЗАМ ТАКОЂЕ СЕ УБРАЈА У
ВИШИ СТЕПЕН НУЖНОСТИ ЗА ТУРИСТИЧКИМ
КРЕТАЊИМА.

- ▣ ОД ЦЕНЕ УСЛУГА ЗАВИСИ КОЈИ ЋЕ СЕ НИВО
УСЛУГА ТРАЖИТИ. НИЖЕ ЦЕНЕ ПРИВЛАЧЕ, А
ВИШЕ ОДБИЈАЈУ.
- ▣ СЛОБОДНО ВРЕМЕ ЈЕ ТАКОЂЕ ЈЕДАН ОД
ФАКТОРА БИТНИХ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА. СА
СТАНОВИШТА ТУРИЗМА "НАЈКВАЛИТЕТНИЈИ"
ПЕРИОД СЛОБОДНОГ ВРЕМЕНА ЈЕ ВРЕМЕ
ГОДИШЊИХ ОДМОРА.
- ▣ НА ОМАСОВЉЕЊЕ ТУРИСТИЧКИХ КРЕТАЊА
УТИЧЕ И СРЕДИНА У КОЈОЈ ЧОВЕК ЖИВИ
(ВЕЛИКИ ГРАДОВИ)